

PENGANTAR KARYA TUGAS AKHIR

ADMINISTRASI RESERVATION PADA FRONT OFFICE DI KUSUMA SAHID PRINCE HOTEL SOLO



**Diajukan Untuk Menempuh Ujian Tugas Akhir
Sebagai Syarat Guna Mencapai Gelar Ahli Madya
Manajemen Administrasi**

Oleh :

Novitawati Ellyda

D1507051

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2010**

PENGANTAR KARYA TUGAS AKHIR

**PROMOSI KERAJINAN BAMBU ABIA ART
MELALUI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL**



**Diajukan Untuk Menempuh Ujian Tugas Akhir
Sebagai Syarat Guna Mencapai Gelar Ahli Madya
D3 Desain Komunikasi Visual**

Oleh :

HAFID FACHRUDIN

C9506047

**PROGRAM STUDI D3 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SASTRA DAN SENI RUPA
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2010**

PERSETUJUAN

Pengantar Karya Tugas Akhir dengan Judul:

PROMOSI KERAJINAN BAMBU ABIA ART MELALUI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL

Telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan penguji:

Pembimbing Tugas Akhir I

Pembimbing Tugas Akhir II

Jazuli A Munib, S.Sn
NIP. 19750516 200212 1 001

Ercilia R Octavia, S.Sn
NIP. 19801011 200812 2001

Mengetahui :
Koordinator Tugas Akhir

Arief Imam Santoso, S.Sn
NIP. 19790327 200501 1 002

LEMBAR PENGESAHAN

Diterima dan Disetujui oleh Panitia Tugas Akhir Jurusan Seni Rupa
Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta
Diterima Guna Mencapai Gelar Ahli Madya
Pada January 2010

Tim Penguji :

1. Ketua Sidang Ujian Tugas Akhir

Drs. Ahmad Kurnia Wirasutisna, S.Sn ()
NIP. 19430726 198003 1 001

2. Sekretaris Sidang Ujian Tugas Akhir

Anugrah Irfan Ismail, S. Sn ()
NIP. 19830702 200812 1 003

3. Penguji I

Jazuli A Munib, S.Sn ()
NIP. 19750516 200212 1 001

4. Penguji II

Ercilia R Octavia, S.Sn ()
NIP. 19801011 200812 2 001

Mengetahui

Dekan Fakultas Sastra dan Seni Rupa
Universitas Sebelas Maret

Ketua Pogram
D3 Desain Komunikasi Visual

Drs. Sudarno, MA
NIP. 19530314 198506 1 001

Andreas S. Widodo, S.Sn
NIP. 19751201 200112 1 002

MOTTO

“Keterbatasan bukanlah suatu batasan”

(**Parmadi Agus S**)

“Berpikir, berusaha dan berdoa untuk mencapai kesuksesan”

(**Penulis**)

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini kupersembahkan:
“Orang Tua Saya Yang Selalu Memberikan Yang Terbaik Kepadaku, dan Seluruh
Keluarga Tercinta”

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta segala karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Promosi Kerajinan Bambu Abia Art Melalui Media Komunikasi Visual“. Adapun Tugas Akhir ini disusun guna meraih gelar Ahli Madya program D3 Desain Komunikasi Visual. Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Terselesaikannya Tugas Akhir ini tentunya tidak lepas dari bantuan, dorongan dan bimbingan serta motivasi dari semua pihak yang telah membantu penulis. Maka ungkapan rasa terima kasih dan penghargaan yang tinggi pantas penulis sampaikan kepada:

1. Drs. Sudarno, MA, selaku Dekan Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret.
2. Andreas S. Widodo, S.Sn, selaku Ketua Program D3 Desain Komunikasi Visual.
3. Jazuli A Munib, S.Sn, selaku pembimbing I Tugas Akhir.
4. Ercilia R Octavia, S.Sn, selaku pembimbing II Tugas Akhir.
5. Hermansyah Muttaqin, S.Sn selaku pembimbing Akademik.
6. Trimanto selaku pemilik Abia Art.
7. Segenap petugas TU D3 DKV.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

Disadari sepenuhnya bahwa konsep Tugas Akhir ini jauh dari sempurna, maka dari itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritiknya. Supaya untuk maju kedepannya bisa lebih diterima dan bermanfaat bagi kita semua, amin.

Surakarta, Januari 2010

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Perancangan	3
BAB II IDENTIFIKASI DATA	4
A. Data Perusahaan	4
1. Sejarah Berdirinya	4
2. Struktur Perusahaan	4
B. Data Produk	6
C. Data Pemasaran	9
D. Data Konsumen	9
E. Promosi	10
F. Target Market	10
G. Target Karya	10
H. Kompetitor	13
1. Bayu Art	14
2. Bamboo Art	19

BAB III KONSEP PERANCANGAN	24
A. Konsep Karya	24
1. Konsep Kreatif	24
2. <i>Possitioning</i>	25
3. <i>Unique Selling Preposition</i>	26
B. Konsep Perancangan	26
1. Konsep Komunikasi Visual	27
2. Konsep Komunikasi Verbal	32
C. Teknik Pelaksanaan	34
D. Media Placement	35
BAB IV VISUALISASI KARYA	50
A. Logo.....	50
B. Media Penunjang Administrasi	54
C. Media Lini Atas	60
D. Media Lini Bawah	67
E. <i>Merchandise dan Souvenir</i>	72
BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

PROMOSI KERAJINAN BAMBU ABIA ART MELALUI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL

Hafid Fachrudin¹

Jazuli Abdin Munib, S.Sn² Ercilia R Octavia, S.Sn³

ABSTRAK

2010, Abia Art merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang kerajinan bambu. Perusahaan ini bertempat di jalan raya Solo-jogja ini membuat berbagai jenis *souvenir* dan *furniture* dari bambu. Abia Art sebagai usaha kerajinan bambu yang mempunyai barang produksi dengan berbagai varian motif etnik batik dan motif cangkang telur, memiliki corak khas dengan variasi motif etnik batik seperti corak batik jawa, batik pesisir serta penggunaan desain cangkang telur dengan pembuatan dengan bahan kulit telur ayam dan telur bebek. Kendala yang masih dihadapi oleh ABia Art yaitu masih kurangnya informasi dan sarana media promosi kepada masyarakat.

Dengan demikian pembuatan media promosi ini diharapkan mampu mewujudkan tujuan awal yaitu untuk mengenalkan dan memberi informasi tentang Wisata Budaya yang ada di kota Surakarta sebagai kawasan wisata yang unik dan menarik melalui media *website* serta dapat menambah devisa negara dan dapat menambah penghasilan masyarakat sekitarnya.

¹Mahasiswa Jurusan D3 Deskomvis dengan NIM C9506047

²Dosen Pembimbing I

³Dosen Pembimbing II

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan akan keanekaragaman suku dan budaya. Di mana setiap daerah mempunyai ciri khas tersendiri atas budayanya yang telah melekat sejak jaman dahulu. Keanekaragaman budaya tersebut menjadi nilai *plus* bagi masyarakat Indonesia yang justru dapat dijadikan sebagai daya tarik bagi wisatawan mancanegara untuk datang berkunjung.

Indonesia sebagai Negara kepulauan yang besar memiliki bermacam-macam hasil kebudayaan yang apabila dikelola dengan benar dapat dijadikan sebagai peluang bisnis pariwisata yang menguntungkan. Diantara hasil kebudayaan tersebut terdapat suatu kerajinan dari bambu. Kerajinan bambu ini merupakan kerajinan yang diciptakan oleh tangan-tangan terampil yang memoles bambu menjadi berbagai seni kerajinan, antara lain patung bebek yang menjadi maskot kebanggaan. Tidak hanya patung bebek, mulai dari *kentongan* sampai *gazebo* dikerjakan. Sentra kerajinan ini bertempat di Kecamatan Ceper, Klaten.

Kerajinan bambu di Kecamatan Ceper, Kabupaten Klaten, tepatnya di Desa Jambu Kulon, telah ada sejak dahulu. Mayoritas penduduknya bermata pencaharian sebagai petani dan pengrajin bambu sehingga hampir di setiap rumah penduduk memiliki bengkel kerajinan sendiri, akan tetapi sistem pemasarannya masih dilakukan bersama-sama dengan menyalurkan ke penadah yang mempunyai *art shop*. Namun ada juga yang sudah memasarkannya melalui galeri sendiri seperti Abia Art. Perusahaan ini

yang bertempat di jalan raya Solo-jogja ini selain sebagai pembuat sekaligus juga sebagai penadah dari pengrajin-pengrajin bambu kecil di sekitarnya.

Kendala yang masih dihadapi oleh para pengrajin bambu ini adalah masih kurangnya informasi kepada masyarakat luas tentang sentra industri tersebut. Bahkan masyarakat Klaten sendiri banyak yang tidak tahu ataupun kurang peduli, apalagi dengan masyarakat luar bahkan mancanegara. Oleh karena itu sangat diperlukan kegiatan promosi untuk meningkatkan penjualan dan lebih mengenalkan sentra industri Bambu Abia Art ini kepada masyarakat Indonesia dan mancanegara.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian-uraian tersebut dapat dirumuskan bahwa masalah yang dihadapi untuk mempromosikan industri kerajinan bambu Abia Art antara lain:

1. Bagaimana merancang media komunikasi visual yang unik, menarik dan komunikatif sehingga dapat mengenalkan kerajinan bambu Abia Art kepada masyarakat untuk dapat meningkatkan penjualan hasil produksi bambunya ?
2. Bagaimana memilih media promosi yang efektif untuk mempromosikan kerajinan bambu Abia Art ?

D. Tujuan Perancangan

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari perancangan Desain Komunikasi Visual sebagai media promosi kerajinan Bambu Abia Art adalah sebagai berikut :

1. Merancang desain yang menonjolkan keunggulan dan keunikan kerajinan bambu Abia Art untuk menimbulkan minat konsumen sehingga meningkatkan penjualannya.
2. Memilih media promosi yang efektif sehingga dapat tepat sesuai sasaran yang diinginkan.

BAB II IDENTIFIKASI DATA

A. Data Perusahaan

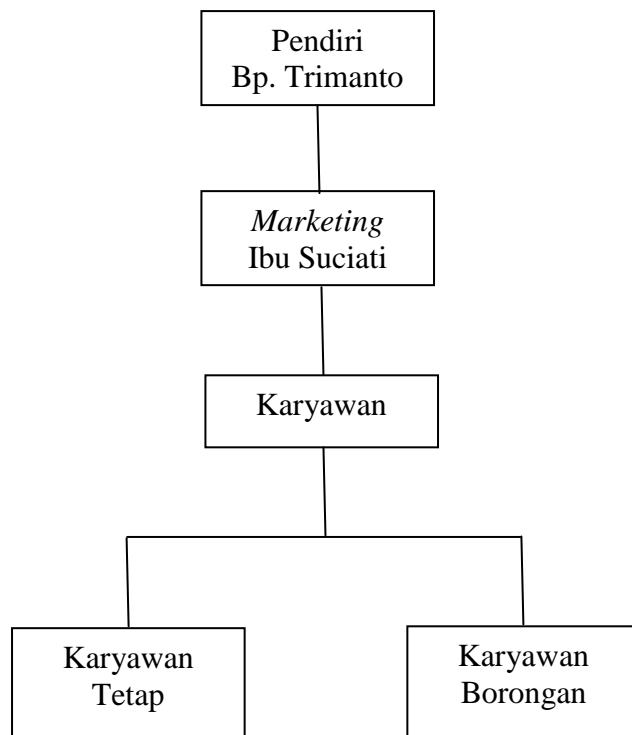
1. Sejarah Berdirinya

Abia Art mulai dirintis sejak awal 2007 oleh Bapak Trimanto dan Ibu Suciati sebagai pensiunan seorang guru yang terletak di Jalan Solo-Yogya Km 6. Bisnis yang bergerak di bidang *furniture* dan *souvenir* yang terbuat dari bambu ini awalnya hanya sebagai pengisi waktu jenuh mereka, karena minat yang cukup besar usaha ini mereka kembangkan.

Barang-barang yang ditawarkan oleh Abia Art antara lain aneka *souvenir* dan aneka mebel bambu, untuk *souvenir* Abia Art mengambil dari industri-industri rumahan di sekitar *art shop* mereka. Dalam pengerjaannya Abia Art hanya mempunyai dua pekerja tetap dengan tiga pekerja borongan. Abia Art biasa mengerjakan pesanan mebel yang terbuat dari bambu sesuai permintaan pelanggan, barang-barang yang telah diproduksi antara lain *gazebo*, ayunan, meja kursi, pembatas ruangan dan sebagainya, untuk *souvenir* Abia Art mengambilnya dari industri rumahan di sekitarnya.

2. Struktur Perusahaan

Abia Art dalam manajemen perusahaannya masih menggunakan sistem kekeluargaan yang masih sangat sederhana. Adapun struktur perusahaan Abia Art adalah:



Berikut adalah uraian *job description* yang ada di Abia Art:

- a. Pendiri : memimpin perusahaan dan menjalankan perusahaan sehari-hari dengan target kemajuan dari aspek bisnis.
- b. *Marketing* : mengatur strategi pemasaran dan marketing di sini juga berperan multifungsi sebagai administrasi/bendahara yang mengurus stabilitas keuangan perusahaan.
- c. Karyawan : pekerja yang membuat barang-barang *furniture* dan *souvenir* sesuai pesanan konsumen.
 - 1) Karyawan tetap
Karyawan yang bekerja dalam perusahaan tanpa suatu batas waktu kecuali adanya putusan dari atasan.
 - 2) Karyawan Borongan

Karyawan yang bekerja sesuai kontrak waktu yang sesuai perjanjian.

B. Data Produk

Barang kerajinan yang di tawarkan oleh Abia Art memiliki koleksi yang bermacam-macam. Abia Art juga selalu mengutamakan kualitas serta membuat sesuai permintaan pasar. Harga-harga yang ditawarkan oleh Abia Art fleksibel sesuai dengan ukuran dan tingkat kerumitan pengerjaan.

No.	Jenis Barang	Harga
1.	Patung binatang (bebek, bangau, kuda dan lain-lain)	Rp 7.000 - Rp. 40.000
2.	Aneka Kentongan	Rp 25.000 - Rp. 150.000
3.	Miniatur Kapal	Rp 70.000 - Rp. 150.000
4.	Alat Masak	Rp 7.000 - Rp. 15.000
5.	Mainan anak	Rp 25.000 - Rp. 70.000
6.	Tempat lampu	Rp 50.000 - Rp. 70.000
7.	Asbak	Rp 15.000 - Rp. 25.000
8.	1 Set Meja Kursi	Rp 550.000
9.	Penyekat Ruangan	Rp 450.000
10.	Rak	Rp 450.000
11.	Ayunan	Rp 850.000 - Rp. 1.500.000

12.	Gazebo	Rp 1.750.000 - Rp. 7.000.000
-----	--------	------------------------------

Produk-produk yang dijual di Abia Art:

1. Aneka *Souvenir* antara lain:

a. Patung binatang (bebek, bangau, kuda dll)



b. Aneka Kentongan



c. Miniatur Kapal



d. Alat Masak



e. Mainan anak



f. Tempat lampu



g. Asbak



2. Aneka *Furniture* antara lain:

a. Set Meja kursi



b. Penyekat Ruangan



c. Ayunan



d. Gazebo



C. Data Pemasaran

Abia Art sejauh ini melakukan pemasaran di wilayah Klaten dan sekitarnya serta untuk segmen pasar luar negeri masih belum ingin memfokuskan diri karena sistem manajemen yang masih terbawa industri rumahan. Mereka menggunakan agen-agen penyalur barang yang tidak terikat kontrak.

D. Data Konsumen

Barang *souvenir* dan *furniture* dari Abia Art yang ditawarkan untuk kalangan menengah ke atas yang tertarik dengan *souvenir* ataupun *furniture* dari bambu dengan penekanan ditujukan kepada anak-anak sampai kalangan orang tua. Biasanya anak-anak lebih tertarik membeli mainan mobil kayu, patung bebek kecil, sedangkan dewasa sampai orang tua biasanya lebih tertarik dengan *souvenir* maupun barang

furniture bambu yang dapat dipesan sesuai pesanan baik bentuk, model maupun ukurannya.

E. Promosi

Selama ini Abia Art telah melakukan aktivitas promosi akan tetapi belum mengarah ke pengaplikasian media, promosi itu baru bersifat pengenalan logo perusahaan.

1. Logo Perusahaan



Logo Abia Art menurut makna simbolik didesain dengan tulisan *font* berkaki dengan *colouring* warna biru yang dihiasi karakter patung bebek bangau sebagai *icon* perusahaan. Logo tersebut tidak memiliki filosofi ataupun historis karena memang dibuat tidak berdasarkan konsep yang sesuai dengan karakter Abia Art.

F. Target Market

1. Target market Abia Art dikelompokkan sebagai berikut:
 - a. Segmen Demografis

Target market dari Abia Art berdasarkan aspek demografis adalah masyarakat yang terbagi menjadi dua bagian, yaitu anak-anak berumur 2-10

tahun dan dewasa 20 tahun ke atas yang merupakan anak-anak TK, berpendidikan sarjana dan ada juga yang telah memiliki pekerjaan. Pemesannya rata-rata adalah pria dan wanita karena biasanya didasari oleh keinginan atau sekedar hobi untuk koleksi. Sasarannya adalah masyarakat dengan tingkat penghasilan menengah keatas.

b. Segmen Geografis

Apabila ditinjau dari aspek geografisnya, maka target market dari Abia Art adalah mencakup skala nasional dan mancanegara. Akan tetapi untuk pasar mancanegara masih mengandalkan calo atau makelar.

c. Segmen Psikografis

Dari aspek psikografis, segmen dari Abia Art adalah konsumen yang tertarik kepada kepemilikan materi yang mempunyai tujuan praktis atau fungsional (*makers*) dan konsumen yang setia terhadap merek, tentunya sebatas kemampuan mereka (*strugglers*).

2. *Target audience* dari Abia Art yaitu:

a. Segmen Geografis

Apabila ditinjau dari aspek geografisnya, maka target Audience dari Abia Art adalah mencakup skala nasional dan global.

b. Segmen Demografis

Target *audience* dari Abia Art berdasarkan aspek demografis adalah masyarakat yaitu dewasa 20 tahun keatas yang merupakan orang berpendidikan sarjana dan ada juga yang telah memiliki pekerjaan. Pemesannya rata-rata adalah pria dan wanita. Sasarannya adalah masyarakat dengan tingkat penghasilan menengah ke atas.

c. Segmen Psikografis

Dari aspek psikografis, target *audience* dari Abia Art adalah konsumen yang tertarik kepada kepemilikan materi yang mempunyai tujuan praktis atau fungsional (*Makers*) dan konsumen yang setia terhadap merek, tentunya sebatas kemampuan mereka (*Strugglers*).

G. Target Karya

1. Media Penunjang Administrasi

- a. Kartu Nama
- b. ID *Card*
- c. Kertas Surat
- d. Amplop
- e. Map
- f. Nota

2. Media Lini Atas (*Above The Line*)

- a. Iklan Koran
- b. Iklan Majalah
- c. *Name board*
- d. Spanduk
- e. *Traffic ad*
- f. Umbul-umbul
- g. *Website*

3. Media Lini Bawah (*Bellow The Line*)

- a. *Leaflet*
- b. *Hang Tag*
- c. *Paper Bag*
- d. Poster
- e. *X-banner*

4. *Merchandise*

- a. Kaos
- b. Kalender
- c. Mug
- d. Pembatas Buku
- e. *Sticker Cuting*
- f. Pin
- g. Gantungan Kunci
- h. Jam dinding

H. Kompetitor

1. Bayu Art

a. Data Perusahaan

Bayu Art adalah sebuah perusahaan furniture bambu yang menjual aneka macam *souvenir* dan mebel bambu. Perusahaan ini juga telah mempunyai *art shop* yang tidak terlalu besar, terletak di sepanjang jalan raya Solo-Jogja juga. Bayu Art berdiri sekitar akhir 2005 dan memiliki sekitar 7 pekerja tetap.

b. Data Produk

Produk yang ditawarkan oleh Bayu Art kurang lebih sama dengan Abia Art yaitu *souvenir* dan mebel dari bambu. Jenis barang yang ditawarkan lebih antara lain patung bebek, meja kursi dan *gazebo*.

No.	Jenis Barang	Harga
1.	Patung binatang (bebek, bangau, kuda dll)	Rp 7.000 - Rp 40.000
2.	Aneka Kentongan	Rp 25.000 - Rp. 150.000
3.	1 Set Meja Kursi	Rp 550.000
4.	Penyekat Ruangan	Rp 450.000
5.	Rak	Rp 450.000
6.	Ayunan	Rp 850.000 - Rp. 1.500.000
7.	Gazebo	Rp 1.750.000 - Rp. 7.000.000

2) *Aneka Souvenir*

a) Patung Bebek



b) Kentongan



3) *Aneka Furniture*

a) Meja Kursi



b) Ayunan



c) Gazebo



d) Rak



c. Data Pemasaran

Bayu Art melakukan pemasaran di wilayah Klaten dan sekitarnya serta untuk sekmen pasar luar negeri mereka menggunakan agen-agen penyalur barang yang tidak terikat kontrak.

d. Data Konsumen

Barang *furniture* yang ditawarkan untuk kalangan dewasa yang tertarik dengan mebel ataupun *souvenir* dari bambu yang detailnya sebagai berikut:

1) Segmentasi Geografis

Apabila ditinjau berdasarkan aspek geografis, Bayu Art memiliki pasar mencakup nasional.

2) Segmentasi Demografis

Target market dari Bayu Art berdasarkan aspek demografis adalah masyarakat dewasa 20 tahun keatas dan mempunyai kelebihan dan kekurangan sebagai berikut:

a) Kelebihan dan Kekurangan

(1) Kelebihan:

(a) Mempunyai pekerja yang banyak sehingga cepat dalam pengerjaan.

(2) Kekurangan:

(a) Produk yang ditawarkan sedikit macamnya terutama *souvenirnya* dan tidak menjual mainan anak-anak.

(b) Belum mempunyai logo perusahaan.

4) Segmen Psikografis

Jika ditinjau dari aspek psikografis, konsumen dari Bayu Art merupakan konsumen yang tertarik kepada kepemilikan materi yang mempunyai tujuan praktis atau fungsional (*Makers*) dan konsumen yang setia terhadap merek, tentunya sebatas kemampuan mereka (*Strugglers*)

e. Promosi

Bayu Art belum melakukan aktivitas promosi, baik berupa logo sekalipun. Tempat yang digunakan sebagai tempat usaha hanya terdapat papan nama yang dibuat dengan tulisan seadanya dari cat putih.



2. Bamboo Art

a. Data Perusahaan

Bayu Art adalah sebuah perusahaan furniture bambu yang menjual aneka macam mebel bambu. Perusahaan ini juga telah mempunyai *art shop* yang terletak di sepanjang jalan raya Solo-Jogja yang berdiri sekitar 2006 dan memiliki sekitar 10 pekerja tetap.

b. Data Produk

Produk dari Bamboo Art terfokus pada mebel dari bambu. Jenis barang yang ditawarkan antara lain meja kursi, *gazebo*, rumah bambu, aneka perabot rumah tangga, dari harga relatif sama dengan competitor. Barang yang ditawarkan fokus pada *furniture*, yaitu antara lain:

No.	Jenis Barang	Harga
1.	1 Set Meja Kursi	Rp 550.000
2.	Penyekat Ruangan	Rp 450.000
3.	Rak	Rp 450.000
4.	Ayunan	Rp 850.000 - Rp. 1.500.000
5.	Gazebo	Rp 1.750.000 - Rp. 7.000.000

1) *Aneka Furniture*

a) Meja Kursi



b) Ayunan



c) Pondasi Rumah



d) Gazebo



e) Rak



c. Data Pemasaran

Pemasaran Bambu di wilayah Klaten dan sekitarnya serta untuk segmen pasar luar negeri mereka masih menggunakan agen-agen penyalur barang yang tidak terikat kontrak.

d. Data Konsumen

Barang *furniture* yang ditawarkan untuk semua kalangan dewasa sampai orang tua yang tertarik dengan mebel dari bamboo yang data lengkapnya sebagai berikut:

1) Segmentasi Geografis

Apabila ditinjau berdasarkan aspek geografis, Bamboo Art mempunyai pasar mencakup nasional.

2) Segmentasi Demografis

Target market dari Bamboo Art berdasarkan aspek demografis adalah masyarakat yaitu dewasa 20 tahun keatas dan mempunyai kelebihan dan kekurangan sebagai berikut:

a) Kelebihan dan Kekurangan

(1) Kelebihan:

(a) Mempunyai pekerja yang banyak sehingga cepat dalam pengerjaan dan memiliki koleksi mebel yang banyak.

(2) Kekurangan:

(a) Bamboo Art tidak menjual *souvenir* dan tidak menjual mainan anak-anak.

(b) Bamboo Art belum mempunyai logo perusahaan.

3) Segmen Psikografis

- a) konsumen yang tertarik kepada kepemilikan materi yang mempunyai tujuan praktis atau fungsional (*makers*)
- b) konsumen yang setia terhadap merek, tentunya sebatas kemampuan mereka (*strugglers*)

e. Promosi

Bamboo Art belum melakukan aktivitas promosi sama sekali baik berupa logo maupun pengaplikasian media, di tempat usahanya hanya terdapat papan tulisannya yang terbuat dari kayu dan tertera tulisan yang dibuat dengan tulisan biasa dengan cat.



BAB III KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Karya

1. Konsep Kreatif

Banyaknya industri pengrajin bambu di wilayah Klaten membuat Abia Art mencoba menambahkan kualitas dan kuantitas barang hasil produksinya. Salah satu penunjang keberhasilan dalam mempromosikan kerajinan bambu diperlukan perencanaan yang cermat dan efektif agar sesuai dengan sasaran.

Abia Art dalam mempromosikan produknya didasarkan atas *target audience* yaitu kalangan masyarakat yang berusia 20 tahun ke atas, sehingga dalam penyampaian pesan verbal dan pesan visual dari media promosi barang produksi dari Abia Art dapat diterima dengan baik oleh para konsumen. Penciptaan desain promosi yang menarik harus mempertimbangkan dari unsur-unsur warna, tipografi, ilustrasi, slogan, *layout*, *brand* atau *logo type*. Desain promosi tersebut harus dapat menarik perhatian khususnya masyarakat Klaten dan masyarakat luas pada umumnya. Melalui sentuhan karakter berwarna coklat yang diseimbangkan dengan bentuk huruf (*font*) yang berkarakter kuat maka desain promosi dari Abia Art akan dapat terlihat lebih menarik.

Dalam membuat sebuah perancangan dan perencanaan media promosi yang digunakan, dirumuskan konsep kreatif berupa karakteristik visual sebagai unsur pendukungnya. Strategi kreatif yang digunakan, yaitu memakai konsep periklanan dengan strategi *positioning* dan *unique selling proposition* (USP) terhadap citra dan keunggulan yang dimiliki oleh Abia Art dengan tujuan:

- a. Memperkenalkan Abia Art sebagai *art shop* yang menjual aneka *souvenir* dan *furniture* dari bambu yang mempunyai karakteristik yang berbeda dari *art shop* lainnya yang ada di wilayah Klaten.
- b. Merancang dan menciptakan desain untuk media promosi yang unik, menarik dan komunikatif untuk Abia Art melalui Desain Komunikasi Visual.

2. *Positioning*

Positioning adalah menempatkan sebuah produk atau jasa untuk mendapatkan posisi yang baik di mata konsumen.¹ *Positioning* merupakan strategi penempatan diri dalam upaya mewujudkan apa yang telah menjadi tujuannya, yaitu dengan memperkenalkan keberadaan Abia Art kepada khalayak sebagai *art shop* yang memiliki keunikan corak etnik dari barang-barang yang dihasilkan sehingga diharapkan dapat menumbuhkan minat konsumen dengan media desain komunikasi visual sebagai penunjang promosinya. Maka itu, *positioning*-nya adalah menempatkan Abia Art sebagai usaha kerajinan bambu yang mempunyai barang produksi dengan berbagai varian motif etnik batik dan motif cangkang telur.

¹Rhenald Kasali, 1995. Manajemen Periklanan, Jakarta : Grafiti

3. *Unique Selling Proposition*

Abia Art mempunyai beberapa keunggulan dibandingkan dengan *art shop* yang lain. Diantaranya Abia Art selalu menjaga kualitas dari barang-barang produksinya, mempunyai macam-macam *souvenir* yang lebih bervariasi, barang-barang yang dihasilkan (*furniture* atau *souvenir*) dapat dibuat sesuai dengan permintaan konsumen baik berupa model maupun ukurannya. Namun, USP Abia Art adalah Suatu usaha kerajinan bambu yang memiliki corak khas dengan variasi motif etnik batik seperti corak batik jawa, batik pesisir akan tetapi batik disini tidak memakai pakem karena lebih berfungsi sebagai *ornament* untuk mempercantik tampilan serta penggunaan desain cangkang telur dengan pembuatan dengan bahan kulit telur ayam dan telur bebek.

B. Konsep Perancangan

Strategi perancangan adalah suatu hal yang sangat penting dalam pencapaian tujuan pada akhirnya. Jika strategi perancangan tidak tepat dan tidak sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan, maka dapat dikatakan promosi yang kita lakukan tidak berhasil dan tidak sampai pada target *audience*. Sehingga dalam merancang suatu strategi perancangan diperlukan suatu pemikiran atau gagasan yang tepat untuk dapat direalisasikan menjadi sebuah media promosi yang komunikatif dan efektif. Ada beberapa pokok pikiran yang mengacu pada pola dukungan dalam menciptakan desain secara global dan menyeluruh. Unsur pendukung tersebut terbagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Konsep Komunikasi Visual.

a. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan salah satu unsur penting yang sering digunakan dalam komunikasi periklanan karena sering dianggap sebagai ‘bahasa universal’. Ilustrasi disampaikan dalam bentuk gambar atau foto. Fungsi dari ilustrasi adalah menarik simpati dari khalayak sasaran dengan menjelaskan maksud dan tujuan dari pesan dalam bentuk gambar atau foto. Di samping itu pula ilustrasi dapat menghubungkan antara maksud-maksud yang berbeda antara bahasa dan kata. Pada suatu iklan gambar dapat mengungkapkan berbagai penilaian, maka ilustrasi haruslah relevan dengan produk ataupun jasa yang ditawarkan dan mampu ‘berbicara’ walau hanya dengan sekilas memandang. Sehingga dapat menarik dan merangsang khalayak untuk membaca keseluruhan isi pesan.

Penempatan ilustrasi dalam konsep perancangan menggunakan teknik penggabungan dari *hand drawing* dan *digital drawing* yang diolah dengan menggunakan program komputer *Adobe Photoshop* dan *Corel Draw*. Gambar yang ingin ditampilkan bukan sebuah kumpulan gambar produk tetapi menampilkan dari sebuah logo dalam berbagai aplikasi desain promosi dan menjadikan sebagai *key visual* karena penulis ingin memberikan sentuhan klasik juga eksklusif pada produk tersebut sehingga tanpa gambar produk pun mampu menarik perhatian konsumen dan menanamkan image di pemikiran konsumen. jadi walaupun hanya terlihat ilustrasi logo tetapi mampu *berbicara* dan dapat menjadi *key visual*

terhadap khalayak yang melihatnya.

b. Tipografi

Tipografi merupakan unsur penunjang yang sangat penting yang dapat membawa kesan atau citra yang ingin ditampilkan atau dijual oleh perusahaan. Tipografi dapat didefinisikan sebagai seni pemilihan huruf cetak yang benar dalam kesesuaiannya dengan maksud yang khas, juga penataan huruf, penyebaran ruang, *style*, pengaturan lebar spasi, pengaturan kolom, pengaturan bobot dan ukuran sebenarnya serta mengatur huruf untuk membantu pembaca secara maksimal.

Pengertian tipografi menurut Buku Manuale Typographicum adalah *Thypography can define an art of selected right type printing in accordance with spesific purpose of so arranging the letter, distributing the space and controlling the type as to aid maximum the reader's.*

Huruf merupakan komponen dasar dari tipografi. Hal yang perlu diperhatikan dalam menggabungkan huruf yang berbeda untuk menghasilkan gabungan huruf yang *legible* adalah

- 1) *Contras* : *typeface* (satu set desain dari alphabetical dan numerical karakter yang mempunyai karakter dominan yang sama) yang berbeda.
- 2) *Simplicity* : bidang negatif dan positif yang dihasilkan dari penggabungan huruf yang tidak terlalu kompleks.
- 3) *Proporsi* : proporsi huruf yang tampak dan tidak tampak harus tepat supaya huruf yang digabungkan tampak *legible*.

Tipografi yang baik dalam desain grafis adalah tipografi yang mampu memenuhi kebutuhan pembaca. Syarat pemilihan tipografi dalam iklan adalah mudah dibaca (*readability*), gaya, dan keseharian. *Style* dari huruf harus sesuai dengan produk dan target konsumennya. Tipografi dalam iklan dikatakan berhasil apabila khalayak dengan mudah mengerti maksud pesan yang disampaikan.

Jenis tipografi yang digunakan dalam promosi Abia Art harus disesuaikan dengan citra yang ditampilkan dari Abia Art. Tipografinya harus sesuai dengan karakter, komunikatif, membentuk kesatuan dan keserasian yang membentuk *image* dari Abia Art..

c. *Typography*

Typography digunakan untuk memilih jenis huruf dan karakternya. Perancangan *typography* didasarkan pada pertimbangan gaya desain, fungsi dan juga karakter huruf yang digunakan. Dari tema yang diangkat, menggunakan *typography* yang berbentuk sederhana namun tetap sesuai dengan karakteristik dari Abia Art. Jenis huruf yang akan dipilih adalah:

FORTE (custom)

ABCDEFGHIJJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Alasan pemilihan *font*:

Forte memiliki kesan unik seperti bentuk-bentuk dari kerajinan bambu dan berkesan kuat karena sesuai karakter dari bahan dasar bambu ori yang besar.

Arial Narrow (Bold)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Alasan pemilihan *font* :

Arial Narrow (Bold) merepresentasikan kelugas dan jelas seperti bidang usaha yang digeluti oleh Abia Art yaitu dalam bidang kerajinan bambu.

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

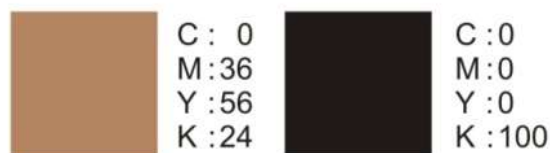
Alasan pemilihan *font*:

Arial memiliki kesan sederhana dan tidak terlalu rumit visualnya layaknya dalam proses pembuatan yang masih dengan cara sederhana atau disebut juga *hand made*.

d. Warna

Warna merupakan unsur penting dalam promosi karena warna mempunyai bahasa komunikasi yang disampaikan lewat penglihatan. Penggunaan warna menunjukkan identitas dari produk tersebut yang selanjutnya akan dipakai dalam setiap media visual yang akan digunakan.

Warna-warna yang akan dominan digunakan dalam perancangan desain media promosi dari Abia Art adalah warna-warna yang *natural* dan sederhana supaya dapat tersampaikan oleh *target audience*. Warna yang dipakai antara lain coklat hitam dan putih. Arti dari warna coklat adalah alamiah.² Arti ini menjelaskan alamiah seperti bahan baku Abia Art yang alami yaitu bambu jenis ori. Arti warna hitam adalah menggambarkan kekokohan, kuat.³ Arti ini layak nya Abia Art dalam berusaha untuk memajukan perusahaan. Putih merupakan symbol dari bersih dan kebaikan.⁴ Makna warna putih ini seperti Abia Art dalam menggeluti usahanya mengutamakan kejujuran.



² Eko Nugroho, 2008. Pengenalan Teori Warna, Yogyakarta : ANDI

³ Eko Nugroho, 2008. Pengenalan Teori Warna, Yogyakarta : ANDI

⁴ Eko Nugroho, 2008. Pengenalan Teori Warna, Yogyakarta : ANDI

e. *Layout*

Layout adalah pengaturan dari berbagai unsur komposisi seperti misal huruf teks, garis, bidang, gambar dan sebagainya. Proses *layout* dimulai dari pemikiran utama kemudian masuk ke *layout* kasar (*rough sket*), yaitu penuangan bebas yang berfungsi untuk menciptakan *key visual*. Pada tahapan ini unsur-unsur pendukung perancangan komunikasi visual seperti bentuk, warna, dan tipografi sudah dibuat sehingga lebih menekankan pada persoalan dalam penataan letak dari unsur-unsur tersebut dan akhirnya diharapkan akan mendapat pesan yang ingin diinformasikan. Penyajian *lay-out* dalam promosi adalah penataan gambar dan huruf beserta elemen-elemen yang menjadi *point interest* dari Abia Art. Klaten yang menjadi target audience aspek geografis dari Abia Art. Dalam hal ini dibuat sebuah *layout* yang sederhana dan mampu mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan serta sesuai dengan perkembangan industri pembuatan kerajinan dan *furniture* bambu ini.

2. Konsep Komunikasi Verbal

a. Kepala berita (*Headline*)

Headline disebut juga sebagai judul/kepala tulisan. *Headline* adalah bagian terpenting dalam iklan media cetak, yang digunakan sebagai penangkap perhatian utama (*eye catcher*). Suatu *headline* dapat memberikan rangsangan atau ketertarikan pada pembaca untuk membaca iklan lebih jauh.

Mengenai *headline* pada promosi Abia Art harus singkat, informatif, dan persuasif. *Headline* tidak boleh menyatakan secara lengkap tentang persoalannya, karena hanya digunakan sebagai perangsang konsumen untuk membaca.

Kepala berita berisi sebagai pengikat perhatian utama yang tujuannya merangsang perhatian publik, dimana *headline* ini cenderung merupakan bagian instansi yang paling penting pengaruhnya. *Headline* merupakan suatu pendukung ide dan gagasan maka *headline* diharapkan dapat menarik perhatian sasaran untuk memasuki tujuan pemahaman pesan, mengantar untuk menterjemahkan bahasa visual dan menarik pihak khalayak untuk membaca *body copy* lebih lanjut. *Headline* umumnya ditulis dengan huruf besar dibandingkan dengan huruf lainnya. Dan hendaknya menggunakan kata yang singkat, informatif, komunikatif, mudah dibaca dan mudah dimengerti oleh khalayak sasaran.

Headline yang dipakai pada material iklan ini adalah suatu kalimat atau nama perusahaan yaitu 'Abia Art'. Kalimat di *headline* akan dijelaskan dengan *Sub Headline*. *Headline* dengan kesederhanaan diharapkan akan mudah diingat oleh konsumen.

b. Penjelasan Kepala Berita (*Sub Headline*)

Sub headline merupakan jembatan penghubung antara *headline* dengan *body text*. *Sub headline* digunakan apabila kalimat dalam *headline* cukup panjang sehingga kurang efektif. Apabila *headline* sudah memiliki kemampuan lebih untuk membangkitkan ketertarikan untuk membaca

body text, maka *sub headline* tidak diperlukan lagi. Kalimat dalam suatu *Sub Headline* lebih jelas dan lebih menarik agar mudah dicerna oleh konsumen. Kalimat yang digunakan adalah jenis-jenis dari barang produksi yaitu ‘Patung Hewan, Aneka Kentongan, Meja Kursi, Lampu Hias, Mainan Peraga TK, Aneka Ayunan’.

c. Teks (*Body Copy*)

Bodycopy merupakan penjelas dari *headline* sehingga perlu dibuat sekomunikatif dan seefektif mungkin. *Bodycopy* berfungsi menerangkan tentang produk sebenarnya yang yang dapat dipertanggungjawabkan. Pesan yang disampaikan bersifat ringkas, sederhana, mudah dimengerti oleh khalayak konsumen.

Dalam promosi Abia Art, *bodycopy* digunakan untuk memperjelas *headline* yaitu ‘Kerajinan Bambu, Meubel dan Alat Peraga TK’.

d. *Baseline*

Baseline adalah unsur yang lainnya dan biasanya ditempatkan di bagian bidang keseluruhan (biasanya dicantumkan nama perusahaan dan mungkin juga slogan atau alamat perusahaan). Kalimat yang digunakan sebagai *baseline* yaitu ‘Jl. Raya Solo-Jogja KM. 26 @ 0272-555309’.

C. Teknik Pelaksanaan

Seluruh rangkaian dari mulai menentukan konsep karya dan konsep perancangan, dipilih media promosi yang efektif dan efisien. Pembuatan desain

dilakukan dengan computer menggunakan *software* CorelDRAW X3 dan Adobe Photoshop. Setelah pembuatan desain selesai langkah selanjutnya adalah visualisasi dengan menggunakan cetak *print* dan *offset* yang kemudian penempatan medianya disesuaikan dengan kebutuhan akan desain yang dibuat. Salah satu contohnya *stationary* ditempatkan pada kantor dan masih banyak lagi contoh lainnya.

D. Media Placement

Media adalah segala sesuatu untuk menyampaikan/mengaplikasikan iklan atau pesan yang disampaikan melalui alat atau sarana komunikasi, misalnya melalui media cetak maupun media elektronik. Strategi media diperlukan agar pesan-pesan periklanan yang akan disampaikan dapat dirancang dan dilakukan dengan baik dan dapat diterima masyarakat luas. Dalam dunia periklanan media dibedakan menjadi 2 yaitu:

1. Media lini atas (*Above The Line Media*)

Tediri dari iklan-iklan yang dimuat dalam media cetak (koran) serta media luar ruang (spanduk, iklan koran dan sebagainya).

2. Media lini bawah (*Below The Line Media*)

Terdiri dari seluruh media selain media diatas, seperti kalender, *sticker cutting*, *leaflet*.

Berdasarkan hal tersebut maka media yang akan dipilih untuk menjadi media promosi Abia Art yaitu:

1. Media penunjang administrasi

- a. Kartu Nama

Kartu Nama berfungsi sebagai tanda pengenalan. Elemen desain yang dibuat pada kartu nama harus jelas karena berisi nama dan jabatan pemilik kartu, logo serta alamat perusahaan.

- 1) Konsep Desain

Desain kartu nama ini menggunakan desain yang simple dan terdapat gambar logo.

- 2) Penempatan Media

Biasanya penempatan media ini (kartu nama) langsung kepada pemegang.

- b. ID Card

- 1) Konsep Desain

Desain ID Card ini tidak jauh beda dengan kartu nama yaitu menampilkan logo dan biasanya digunakan oleh semua karyawan perusahaan sebagai tanda pengenalan.

- 2) Penempatan Media

Media ini biasanya dipakai oleh masing-masing karyawan sebagai kartu identitas.

c. Kertas Surat

Kertas surat adalah media yang digunakan baik untuk surat menyurat, dokumen ataupun data tulisan yang lainnya.

1) Konsep Desain

Desain kertas surat ini menggunakan desain yang simple dan terdapat gambar logo.

2) Penempatan Media

Media ini ditempatkan pada kantor maupun perusahaan dan biasanya media promosi kertas surat ini digunakan untuk keperluan surat-menyurat antar perusahaan maupun klien.

d. Amplop

Untuk amplop desainnya diseragamkan dengan kertas surat, karena menyangkut ciri khas dari perusahaan

1) Konsep Desain

Desain amplop ini menggunakan desain yang simple tetap konsisten menampilkan logo dengan mengusung nilai elegan.

2) Penempatan Media

Media ini ditempatkan tidak jauh berbeda dari kertas surat karena media ini merupakan satu kesatuan dari kertas surat. Sehingga media ini dipasangkan dengan kertas surat dan digunakan untuk bagian surat-menyurat dari perusahaan kepada klien.

e. Map

Map berfungsi sebagai tempat untuk menyimpan dokumen, artikel, atau surat penting. Maka setiap elemen desain yang terdapat pada map juga harus diseragamkan dengan kertas surat, karena menyangkut ciri khas dari perusahaan.

1) Konsep Desain

Desain map ini menggunakan logo di cover depan, desain yang simple serta gambar atau foto produk-produk Abia Art sesuai dengan temanya.

2) Penempatan Media

Media ini ditempatkan di laci atau lemari sebagai pelindung dokumen-dokumen yang penting.

f. Nota

Media yang digunakan untuk pencatatan transaksi penjualan.

1) Konsep Desain

Desain nota ini menggunakan desain yang simple dan terdapat logo yang berfungsi sebagai *ornament* yang dibuat transparan dan terdapatserta alamat karena kegunaannya hanya untuk penulisan setiap kali melakukan transaksi.

2) Penempatan Media

Media ini ditempatkan di laci atau lemari sebagai bukti pembayaran.

2. Media lini atas (*Above The Line*)

a. Iklan Koran

Iklan surat kabar merupakan iklan yang berisi informasi tentang produk yang ditawarkan. Media ini mempunyai kategori jangkauan lokal hingga nasional, dengan adanya iklan koran ini konsumen dari luar daerahpun dapat mengetahui tentang keberadaan dari Abia Art karena koran beredar tidak hanya pada satu daerah saja namun dapat menjangkau daerah lain.

1) Konsep Desain

Desain iklan koran ini menggunakan warna hitam putih yang isinya berupa penjelasan dari produk-produk yang ditawarkan di Abia Art dan menempatkan logo diatas.

2) Penempatan Media

Surat kabar Kompas dengan spesifikasi iklan dimuat pada halaman 27, space iklan 2 kolom (38 x 120 mm) dan dimuat selama 1 minggu.



b. Iklan Majalah

Iklan majalah merupakan media promosi yang sifatnya hampir sama dengan iklan surat kabar. Media ini juga memiliki kelebihan dan kekurangan dalam promosi. Kelebihannya iklan ini dapat menjangkau segmen pasar tertentu. Majalah mempunyai waktu edar paling panjang dan dapat disimpan bertahun-tahun sebagai referensi. Media ini memiliki kualitas visual yang baik karena pada umumnya dicetak pada kertas yang berkualitas tinggi sehingga menyajikan tata warna serta reproduksi foto yang baik dan menarik. Kelemahannya yaitu dibutuhkan biaya yang relatif mahal. Banyak yang peredarannya lambat dan tidak memiliki jangkauan distribusi yang tepat.

1) Konsep Desain

Desain iklan koran ini isinya berupa penjelasan dari produk-produk yang ditawarkan di Abia Art dan menempatkan logo diatas.

2) Penempatan Media

Majalah kebudayaan atau pariwisata, seperti Kabare Jogja.

c. *Name Board*

Name Board adalah papan yang berfungsi sebagai media promosi Abia Art. Elemen desainnya simpel karena hanya terdiri dari logo perusahaan saja.

1) Konsep Desain

Desain *name board* ini bentuknya persegi panjang dengan sedikit membentuk *icon* bebeknya dan hanya berisi penjelasan mengenai alamat dan logo Abia Art.

2) Penempatan Media

Media ini biasanya ditempel ditempat papan pengumuman atau papan reklame depan *art shop* karena merupakan media yang efektif dalam sebuah promosi.

d. Spanduk

Spanduk yaitu media promosi yang berupa bentangan kain yang dipasang di tempat-tempat strategis.

1) Konsep Desain

Desain spanduk ini menggunakan logo dan tulisan berupa *sub headline* (kalimat yang menjelaskan produk yang dijual) dan *base line* (Alamat lengkap dari Abia Art).

2) Penempatan Media

Media ini dipasang pada jalan-jalan strategis agar mudah diketahui banyak orang seperti jalan raya Slamet Riyadi-Solo, jalan Tentara Pelajar-Klaten, Jalan raya Condong Catur-Jogja atau dipasang pada halaman pintu perusahaan sebagai identitas perusahaan.



e. *Traffic Add*

Traffic Add adalah sebuah media yang mempunyai penunjuk arah dari Abia Art sekaligus sebagai media promosi.

1) Konsep Desain

Desain Traffic add ini dibuat simple karena penting sekali dalam memberikan informasi tempat, berisi jarak dan visualisasi logo.

2) Penempatan Media

Media ini biasanya ditempel jalan yang tidak jauh dari tempat usaha.

f. *Umbul-umbul*

Umbul-Umbul merupakan media yang berfungsi suatu tanda untuk menandai sebuah letak perusahaan yang biasanya dimanfaatkan sebagai media promosi sehingga didesain semenarik mungkin sesuai dengan konsep desain.

1) Konsep Desain

Desain umbul-umbul ini berupa permainan garis yang berasal dari logo Abia Art itu sendiri dan terdapat logo di bagian bawahnya.

2) Penempatan Media

Media ini dipasang di jalan sekitar tempat Abia Art.

g. *Website*

Website adalah media dunia maya yang sangat penting untuk memberikan informasi secara detail kepada khalayak ramai dan sebagai media promosi 24 jam secara global.

1) Konsep Desain

Desain *website* ini tetap menampilkan elemen grafis yang mengambil dari logo Abia Art. Konsep yang simple memberi kesan elegan dan informatif karena *page* dibuat *sesimple* mungkin dan dibuat agar tidak menunggu lama saat browsing.

2) Penempatan Media

Website akan di *upload* di jaringan internet dengan nama domain www.abiaart.com.

3. Media lini bawah (*Below The Line*)

a. *Leaflet*

Leaflet merupakan media lini bawah yang berukuran kecil. *Leaflet* juga berisi informasi tentang produk yang ditawarkan. Perbedaannya dengan

katalog adalah mengenai ukuran dan informasi yang disampaikan. Pada *leaflet* informasinya lebih sedikit namun harus tetap efektif.

1) Konsep Desain

Desain *leaflet* ini menggunakan dua muka yaitu depan dan belakang dengan menempatkan kata-kata tentang isi berita didalamnya. Media promosi ini merupakan media yang efektif karena bentuknya yang berupa lembaran yang berisikan produk-produk dari Abia Art.

2) Penempatan Media

Media ini dibagikan atau disebarluaskan kepada masyarakat di jalan raya agar masyarakat mengetahui tentang Abia Art.

b. *Hang Tag*

Hang tag sebenarnya berfungsi sebagai merek dagang, akan tetapi apabila dibuat dengan desain yang menarik *hang tag* dapat menjadi salah satu material promosi.

1) Konsep Desain

Desain *hang tag* ini menggunakan logo dan isinya mengenai kode dan harga produk yang dibeli.

2) Penempatan Media

Media ini ditaruh pada produk-produk yang dijual.

c. *Paper Bag*

Paper Bag merupakan wadah yang digunakan untuk membawa barang-barang yang telah dibeli dan disini dapat dimanfaatkan sebagai media iklan gratis.

1) Konsep Desain

Desain *paper bag* ini hanya menggunakan logo dan alamat Abia Art. Media ini dipilih karena cukup efektif dan lebih mudah dalam promosi.

2) Penempatan Media

Media ini ditempatkan pada *paper bag* untuk wadah produk yang telah dibeli.

d. Poster

Poster adalah pemberitahuan secara tertulis atau lembaran tercetak berukuran besar. Keunggulan poster adalah kemampuannya untuk menampilkan ilustrasi visual dan warna yang menarik. Isi pesan tergambarkan secara jelas dan dapat dipasang ditempat-tempat keramaian.

1) Konsep Desain

Desain poster ini hanya berisi penjelasan mengenai produk-produk yang ditawarkan di Abia Art.

2) Penempatan Media

Media poster disini dipasang di *art shop* sebagai hiasan dan memberikan sebuah informasi.

e. X-Banner

Media dalam ruang yang berisikan pesan secara singkat dan jelas tanpa banyak kalimat serta gambar. Kelebihannya fleksibilitas terhadap penempatan karena ukurannya yang cukup kecil. Kelemahannya yaitu ukuran yang relatif kecil sehingga menimbulkan keterbatasan informasi

yang disampaikan.

1) Konsep Desain

Desain x-banner ini menggunakan logo dan foto-foto produk dari Abia Art karena secara langsung menyodorkan informasi produk.

2) Penempatan Media

Media ini ditempatkan didepan pintu masuk toko agar calon konsumen dapat melihatnya.

4. *Merchandise dan Souvenir*

a. Kaos

Adalah media promosi yang dapat dipakai oleh konsumen nantinya. Elemen desainnya sederhana karena hanya terdiri dari logo perusahaan.

1) Konsep Desain

Desain T-Shirt ini menggunakan logo utuh di depannya dan belakangnya berupa permainan garis yang mengambil dari logo Abia Art.

2) Distribusi Media

Media ini diberikan sebagai *souvenir* untuk pengunjung yang telah menjadi pelanggan atau membeli dengan jumlah tertentu.

b. Kalender

Adalah salah satu media lini bawah yang sangat populer. Kalender mempunyai karakter umur yang panjang (dapat dipakai selama 1 tahun). Kalender biasanya dicetak diatas kertas dan berfungsi sebagai petunjuk

hari, tanggal, bulan dan tahun. Elemen desainnya sederhana, selain terdiri dari hari, tanggal, bulan dan tahun, juga terdapat logo perusahaan untuk memperkuat *image* Abia Art.

1) Konsep Desain

Desain kalender ini menggunakan beberapa foto-foto produk yang ditawarkan di Abia Art dan disertai logo dan alamat lengkap.

2) Distribusi Media

Kalender diberikan kepada wisatawan sebagai *merchandise* atau sebagai bonus setiap pembelian *souvenir* dalam jumlah tertentu dan diletakan di Tempat Kasir.

c. *Mug*

Mug adalah cangkir yang dapat digunakan sebagai media promosi dan biasanya diberikan kepada pelanggan sebagai media yang mengingatkan konsumen pada nama perusahaan.

1) Konsep Desain

Desain mug ini menggunakan logo Abia Art yang dibuat *simple*.

2) Distribusi Media

Media ini diberikan sebagai *souvenir* untuk pengunjung atau pelanggan.

d. Pembatas Buku

Adalah salah satu media lini bawah yang sangat sederhana akan tetapi secara langsung mengingatkan konsumen terhadap merk atau *brand* dari perusahaan.

1) Konsep Desain

Desain Pembatas buku ini didesain dengan elemen-elemen dari logo Abia Art dan terdapat juga logo perusahaan.

2) Distribusi Media

Pembatas buku difungsikan sebagai *merchandise* dimasukan dalam 1 paket bersama *souvenir* untuk pengunjung.

e. *Sticker Cuting*

Adalah media promosi yang dicetak diatas kertas stiker. Elemen desainnya lebih simpel hanya terdiri dari logo perusahaan.

1) Konsep Desain

Desain stiker ini menggunakan logo Abia Art.

2) Distribusi Media

Stiker diberikan sebagai souvenir akhir tahun sebagai tanda terima pembelian produk

f. Pin

Adalah media promosi yang dicetak diatas kertas stiker. Elemen desainnya lebih simpel hanya terdiri dari logo perusahaan.

1) Konsep Desain

Desain Pin dibuat sangat simple yaitu dengan menggunakan logo Abia Art saja.

2) Distribusi Media

Media ini diberikan sebagai *souvenir* untuk pengunjung.

g. Gantungan Kunci

Adalah media promosi yang dibuat dari bahan akrilik. Elemen desainnya hanya terdiri dari logo perusahaan.

1) Konsep Desain

Desain Gantungan Kunci dibuat sangat simple yaitu dengan menggunakan logo Abia Art saja.

2) Distribusi Media

Media ini diberikan sebagai *souvenir* untuk pengunjung.

h. Jam dinding

Adalah media promosi yang dibuat dari jam dinding biasa dengan pangaplikasian media berupa gambar tempel. Elemen desainnya hanya terdiri dari logo perusahaan.

1) Konsep Desain

Desain Jam dinding dibuat simpel yaitu dengan menggunakan logo Abia Art saja.

2) Distribusi Media

Media ini diberikan sebagai *souvenir* untuk pengunjung.

BAB IV VISUALISASI KARYA

A. Logo

Logo Perusahaan



Proses : CorelDraw X3

1. Konfigurasi



2. Warna

a. Hitam



Hitam merupakan simbol dari kuat, kekokohan, layaknya Abia Art dalam berusaha untuk memajukan perusahaan.

b. Coklat



C : 0 M : 36

Y : 56 K : 24

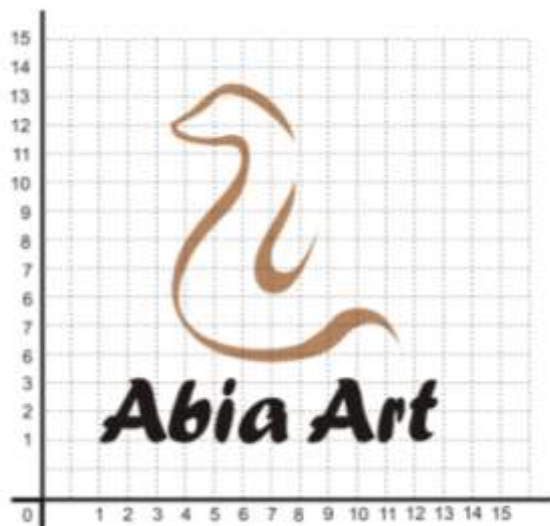
Coklat merupakan warna yang juga mewakili dari warna kayu atau bambu. Dari makna umum dari warna coklat merupakan sebagai simbol dari alamiah seperti bahan baku yang digunakan.

d. Putih



Putih merupakan symbol dari bersih dan kebaikan seperti Abia Art dalam menggeluti usahanya mengutamakan kejujuran.

3. Grid



4. Skala



5. *Clear Space*



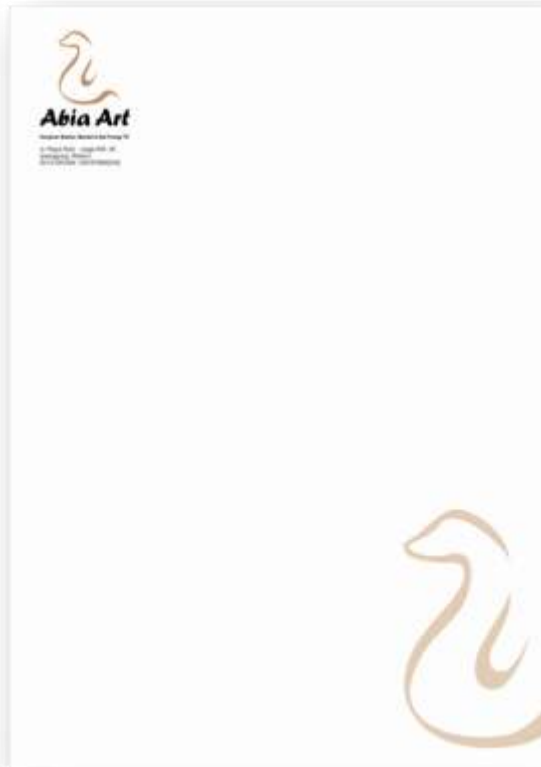
B. Media Penunjang Administrasi

1. Kartu nama



- Media Bahan : *Glossy Paper* , laminasi *doff*
- Ukuran : 9 cm x 5 cm
- Ilustrasi Desain : Logo Abia Art.
- Tipografi : *Forte (Custom)*, *Arial Narrow (bold)*,
Arial.
- Format Desain : *Landscape*
- Skala : 1:1
- Proses Visualisasi : *Corel Draw X3*
- Realisasi : *Digital Print*

2. Kop surat



Media Bahan : Kertas HVS 80 gr.

Ukuran : 29,7 cm x 21 cm

Ilustrasi Desain : Logo Abia Art.

Tipografi : *Forte (Custom)*, *Arial Narrow (bold)*,
Arial.

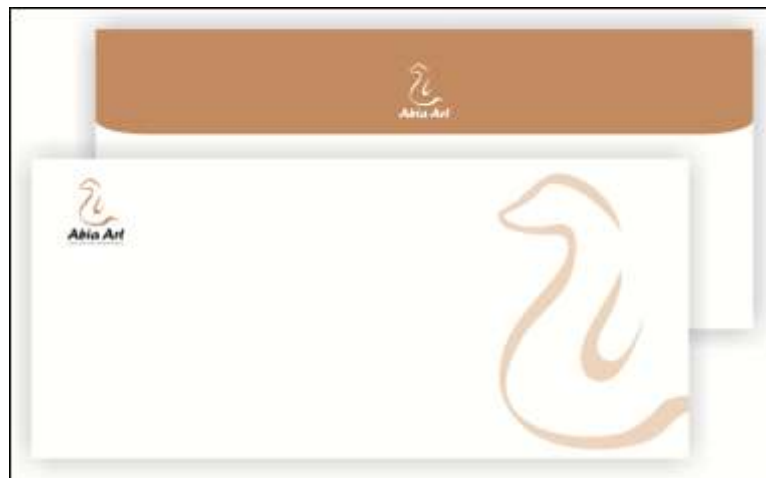
Format Desain : *Portrait*

Skala : 1:4

Proses Visualisasi : *Corel Draw X3*

Realisasi : *Cetak Offset*

3. Amplop



Media Bahan : Kertas HVS 80 gr.

Ukuran : 11 cm x 23 cm

Ilustrasi Desain : Logo Abia Art.

Tipografi : *Forte (Custom), Arial Narrow (bold),
Arial.*

Format Desain : *Landscape*

Skala : 1:2

Proses Visualisasi : *Corel Draw X3*

Realisasi : *Cetak Offset*

4. *Id Card*



- Media Bahan : Art Paper 260gr & Mika.
- Ukuran : 8.8 cm x 5.6 cm
- Ilustrasi Desain : Logo Abia Art
- Tipografi : *Forte (Custom), Arial Narrow (bold),
Arial.*
- Format Desain : *Portrait*
- Skala : 1:1
- Proses Visualisasi : *Corel Draw X3*
- Realisasi : *Cetak Offset*

6. Map



- Media Bahan : Art Paper 260gr.
- Ukuran : 23.5 cm x 32 cm
- Ilustrasi Desain : Logo Abia Art, Foto Produk.
- Tipografi : *Forte (Custom)*, *Arial Narrow (bold)*,
Arial.
- Format Desain : *Landscape*
- Skala : 1:10
- Proses Visualisasi : *Corel Draw X3*
- Realisasi : *Cetak Offset*

C. Media lini Atas (*above the line*)

1. Iklan Koran



Nama Koran : Kedaulatan Rakyat, Bali Pos dan Kompas

Media Bahan : Kertas koran

Ukuran : 2 kolom (38 x 120 mm)

Ilustrasi Desain : Logo Abia Art, foto produk dalam format grayscale.

Tipografi : *Forte (Custom), Arial Narrow (bold), Arial.*

Format Desain : *Potrait*

Proses Visualisasi : *Corel Draw X3*

Realisasi : Cetak

Placement :

Surat kabar Kompas dengan spesifikasi iklan dimuat dengan space iklan 2 kolom (38 x 120 mm) dan dimuat selama 1 minggu.

2. Iklan Majalah



Nama Koran : Kabare Jogja.

Media Bahan : Kertas Art Paper (Kertas Majalah)

Ukuran : 2 kolom (38 x 120 mm)

Ilustrasi Desain : Logo Abia Art, Foto Produk.

Tipografi : *Forte (Custom), Arial Narrow (bold),
Arial.*

Format Desain : *Portrait*

Proses Visualisasi : *Corel Draw X3*

Placement :

Majalah kebudayaan atau pariwisata, seperti Kabare Jogja.

3. *Name Board*



Media Bahan : *Akrilik*

Ukuran : *136 cm x 106 cm*

Ilustrasi Desain : *Logo Abia Art.*

Tipografi : *Forte (Custom), Arial Narrow (bold),
Arial.*

Format Desain : *Landscape*

Skala : *1:100*

Proses Visualisasi : *Corel Draw X3*

Placement :

Media ini biasanya ditempel ditempat papan pengumuman atau papan reklame depan *art shop* karena merupakan media yang efektif dalam sebuah promosi.

4. Spanduk



Media Bahan : MMT

Ukuran : 400 cm x 100 cm

Ilustrasi Desain : Logo Abia Art.

Tipografi : *Forte (Custom), Arial Narrow (bold),*
Arial.

Format Desain : *Landscape*

Skala : 1:200

Proses Visualisasi : *Corel Draw X3*

Placement :

Media ini dipasang di jalan-jalan strategis terutama di daerah regional sekitar kota Klaten agar mudah diketahui banyak orang.

5. *Traffic Add*



Media Bahan : Plat besi

Ukuran : 80 cm x 49 cm

Ilustrasi Desain : Logo Abia Art.

Tipografi : *Forte (Custom), Arial Narrow (bold),
Arial.*

Format Desain : *Portrait*

Skala : 1:10

Proses Visualisasi : *Corel Draw X3*

Placement :

Media ini biasanya ditempel jalan yang tidak jauh dari tempat usaha.

6. Umbul-umbul

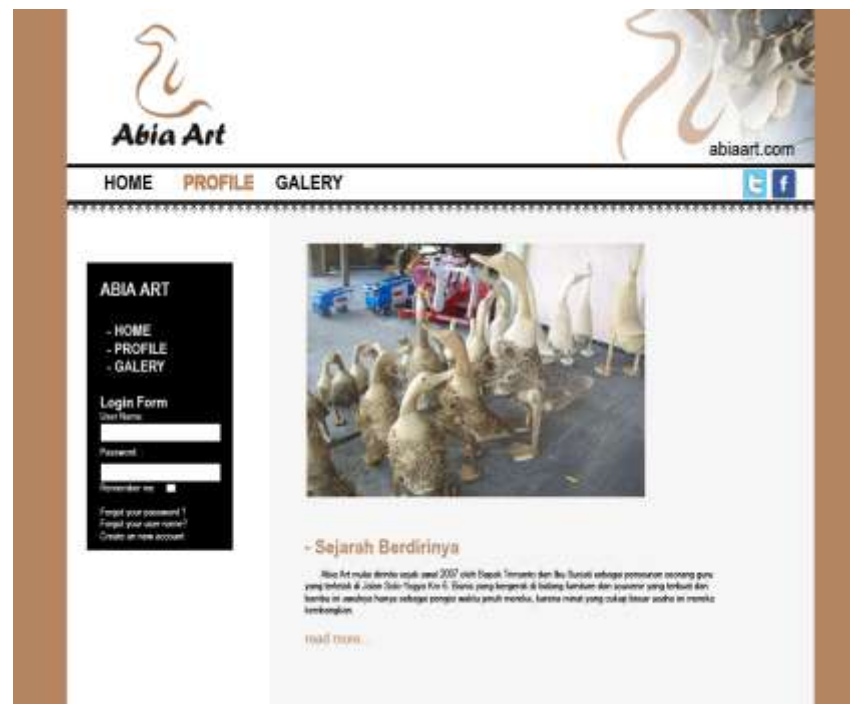


Media Bahan	: Kain
Ukuran	: 54 cm x 256 cm
Ilustrasi Desain	: Logo Abia Art, elemen logo.
Tipografi	: <i>Forte (Custom)</i> , <i>Arial Narrow (bold)</i> , <i>Arial</i> .
Format Desain	: <i>Potrait</i>
Skala	: 1:100
Proses Visualisasi	: <i>Corel Draw X3</i>

Placement :

Media ini dipasang di jalan sekitar tempat Abia Art.

7. Website



Ilustrasi Desain : Logo Abia Art, Slide show beberapa foto produk.

Tipografi : CMS *content*

Proses : CMS (*Content Managemen System*),
Photoshop CS dan Macromedia
Dreamweaver

Nama Website : www.abiaart.com

Placement :

Website akan di *upload* di jaringan internet dengan nama domain

www.abiaart.com

D. Media lini Bawah (*below the line*)

1. Leaflet



Media Bahan : Art Paper 150 gr.

Ukuran : 26 cm x 20 cm

Ilustrasi Desain : Logo Abia Art, elemen logo.

Tipografi : *Forte (Custom)*, *Arial Narrow (bold)*,
Arial.

Format Desain : *Landscape*

Skala : 1:10

Proses Visualisasi : *Corel Draw X3, Photoshop CS*

Placement :

Media ini dibagikan atau disebarluaskan kepada masyarakat di jalan raya agar masyarakat mengetahui tentang Abia Art.

2. *Hang Tag*



Media Bahan : Art Paper 150 gr.

Ukuran : 5.5 cm x 12 cm

Ilustrasi Desain : Logo Abia Art.

Tipografi : *Forte (Custom), Arial Narrow (bold), Arial.*

Format Desain : *Portrait*

Skala : 1:1

Proses Visualisasi : *Corel Draw X3*

Placement :

Media ini ditaruh pada produk-produk yang dijual.

3. *Paper Bag*



Media Bahan : *Art Karton A2, 250gr*

Ukuran : 9 x 33 x 20,7 cm.

Ilustrasi Desain : Logo dan elemen logo.

Tipografi : *Forte (Custom), Arial Narrow (bold),
Arial.*

Format Desain : *Potrait*

Skala : 1:3

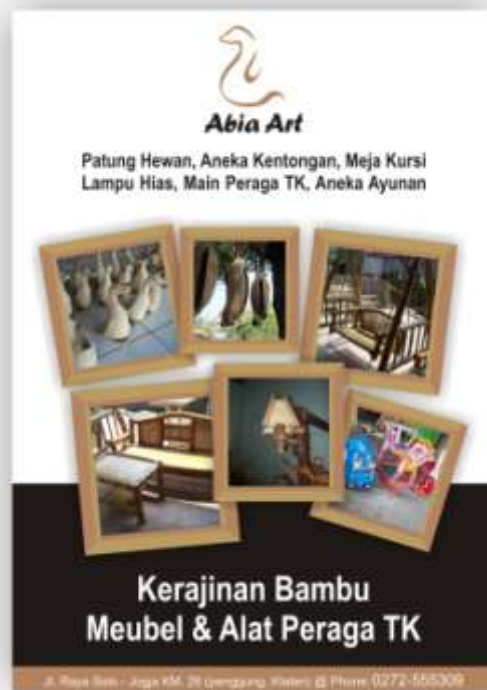
Proses Visualisasi : *Corel Draw X3*

Realisasi : *Cetak offset*

Placement :

Digunakan sebagai wadah atau tempat souvenir.

4. Poster



Media Bahan : *Art Paper 150gr*

Ukuran : A2 (42 cm x 59.4 cm)

Ilustrasi Desain : Logo dan Foto Produk.

Tipografi : *Forte (Custom), Arial Narrow (bold), Arial.*

Format Desain : *Portrait*

Skala : 1:8

Proses Visualisasi : *Corel Draw X3*

Realisasi : *Cetak offset*

Placement :

Media poster disini dipasang di *art shop* sebagai hiasan dan memberikan sebuah informasi.

5. *X- banner*



Media Bahan : *MMT*

Ukuran : 160 cm x 60 cm

Ilustrasi Desain : Logo dan Foto Produk.

Tipografi : *Forte (Custom), Arial Narrow (bold), Arial.*

Format Desain : *Potrait*

Skala : 1:10

Proses Visualisasi : *Corel Draw X3*

Placement :

Media ini ditempatkan didepan pintu masuk toko agar calon konsumen dapat melihatnya.

E. Merchandise dan Souvenir

1. Kaos



Media Bahan : Kain Katun

Ukuran : *All Size*

Ilustrasi Desain : Logo dan elemen logo.

Tipografi : *Forte (Custom).*

Format Desain : *Potrait*

Proses Visualisasi : *Corel Draw X3*

Placement :

Media ini diberikan sebagai *souvenir* untuk pengunjung yang telah menjadi pelanggan atau membeli dengan jumlah tertentu.

2. Kalender



Media Bahan : *Art karton, 210gr*

Ukuran : *27.9 cm x 36 cm.*

Ilustrasi Desain : *Logo dan Foto Produk..*

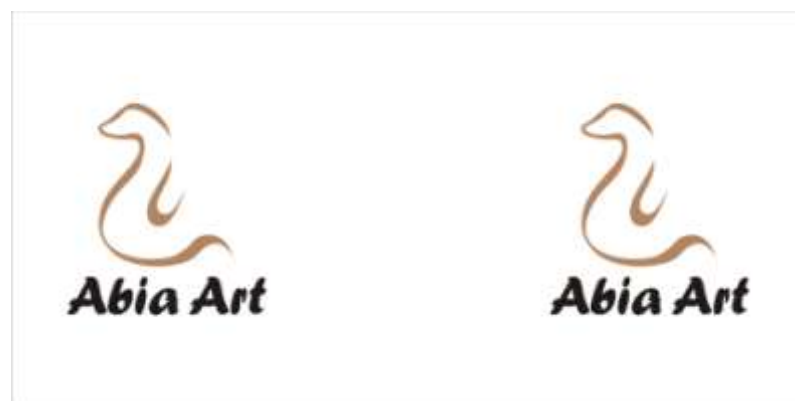
Tipografi : *Forte (Custom), Arial Narrow (bold),
Arial.*

Format Desain : *Potrait*
Skala : 1:4
Proses Visualisasi : *Corel Draw X3*
Realisasi : *Cetak offset.*

Placement :

Kalender diberikan kepada wisatawan sebagai *merchandise* atau sebagai bonus setiap pembelian *souvenir* dalam jumlah tertentu dan diletakan di Tempat Kasir.

3. Mug



Media Bahan	: Keramik
Ukuran	: Diameter 9 cm, tinggi 9 cm.
Ilustrasi Desain	: Logo ABia Art.
Tipografi	: <i>Forte (Custom)</i>
Format Desain	: <i>Landscape</i>
Skala	: 1:2
Proses Visualisasi	: <i>Corel Draw X3</i>
Realisasi	: Sablon

Placement :

Media ini diberikan sebagai *souvenir* untuk pengunjung atau pelanggan.

4. Pembatas Buku



Media Bahan	: Art karton 250gr
Ukuran	: 6.5 cm x 18.2 cm

Ilustrasi Desain	: Logo dan elemen Abia Art.
Tipografi	: <i>Forte (Custom)</i> , <i>Arial Narrow (bold)</i> , <i>Arial</i> .
Format Desain	: <i>Portrait</i>
Skala	: 1:2
Proses Visualisasi	: <i>Corel Draw X3</i>
Realisasi	: Cetak <i>offset</i>

Placement :

Pembatas buku difungsikan sebagai *merchandise* dimasukan dalam 1 paket bersama *souvenir* untuk pengunjung.

5. *Sticker Cuting*



Media Bahan	: <i>sticker Vinyl</i>
Ukuran	: 4.8 cm x 6.3 cm dan 10.9 cm x 4.5 cm
Ilustrasi Desain	: Logo Abia Art.
Tipografi	: <i>Forte (Custom)</i> , <i>Arial</i> .
Format Desain	: <i>Portrait</i> dan <i>Landscape</i>
Proses Visualisasi	: <i>Corel Draw X3</i>
Realisasi	: Cuting

Placement :

Stiker diberikan sebagai souvenir akhir tahun sebagai tanda terima pembelian produk.

6. Pin



Media Bahan : *Art paper* 150 gr, laminasi doff, bahan pin siap pakai

Ukuran : diameter 5,8 cm

Ilustrasi Desain : Logo Abia Art.

Tipografi : *Forte (Custom), Arial Narrow (Bold)*.

Format Desain : *Portrait*

Skala : 1:1

Proses Visualisasi : *Corel Draw X3*

Realisasi : *Digital print*

Placement :

Media ini diberikan sebagai *souvenir* untuk pengunjung.

7. Gantungan Kunci



Media Bahan	: <i>Akrilik</i>
Ukuran	: 2.5 cm x 5 cm
Ilustrasi Desain	: Logo Abia Art.
Tipografi	: <i>Forte (Custom).</i>
Format Desain	: <i>Portrait</i>
Skala	: 1:1
Proses Visualisasi	: <i>Corel Draw X3</i>

Placement :

Media ini diberikan sebagai *souvenir* untuk pengunjung.

8. Jam dinding



Media Bahan	: <i>Akrilik</i>
Ukuran	: diameter 17 cm
Ilustrasi Desain	: Logo Abia Art.
Tipografi	: <i>Forte (Custom).</i>
Format Desain	: <i>Portrait</i>
Skala	: 1:40
Proses Visualisasi	: <i>Corel Draw X3</i>

Placement :

Media ini dipasang di tembok dan dijadikan barang souvenir untuk pelanggan.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Harapan dari perancangan promosi ini adalah agar masyarakat lebih mengenal kerajinan bambu dan dapat menarik minat konsumen untuk mengetahui produk-produk dari Abia Art serta dapat meningkatkan angka penjualan.

Kesimpulan yang dapat diambil oleh penulis dari hasil pengkajian dan dari dasar-dasar teori yang telah disusun penulis adalah sebagai berikut:

1. Abia Art merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa yang memproduksi berbagai macam kerajinan bambu, baik berupa *souvenir* maupun *meubel*. Abia Art memiliki kesempatan besar untuk lebih mengembangkan usahanya karena memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan usaha yang lain.
2. Kelebihan Abia Art dari kompetitor yang lain adalah produk yang dihasilkan kualitas bagus, produk yang berupa *souvenir* dan *meubel* lebih bervariasi. Selain itu juga dapat membuat sesuai pesanan baik desain maupun ukuran.
3. Pemilihan jenis media yang efektif dan tepat sasaran diharapkan mampu memberikan pengaruh besar dalam menarik minat masyarakat untuk lebih mengetahui Abia Art sebagai produsen dalam bidang kerajinan bambu.

B. Saran

Keberhasilan suatu penjualan dan pemasaran merupakan suatu hasil dari kejelian dalam pemilihan media yang tepat dan efektif. Akan tetapi sebagai usaha yang bergerak di bidang jasa pembuatan kerajinan bambu maka penulis menyampaikan beberapa saran antara lain :

1. Dalam proses pengembangan usaha diharapkan selalu menjaga keseimbangan ekosistem dan kelestarian lingkungan karena bahan bakunya berupa bambu atau kayu yang mengambil langsung dari alam, diharapkan dapat mengelola sistim penanaman kembali supaya dapat tercipta keseimbangan alam.
2. Selain promosi, pelayanan yang baik, ramah dan *familiar* merupakan modal untuk menarik minat konsumen, terutama para wisatawan asing. Karena tanpa adanya kenyamanan dalam aktivitas promosi sampai pada penjualan maka akan mengurangi nilai estetis sebuah perusahaan dan produk yang dihasilkan.
3. Kegiatan promosi harus dilakukan secara *continue* agar *image* Abia Art melekat di benak konsumen. Informasi akan semakin tersebar sehingga secara otomatis konsumen dan para wisatawan asing akan semakin tertarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sachari, 1986. *Paradigma Desain Indonesia*. Jakarta : CV. Rajawali
- Agustrijanto, 2002. *Copywriting Seni Mengasah Kreativitas Dan Memahami Bahasa Iklan*, Bandung: Remaja rosdakarya.
- Eko Nugroho, 2008. *Pengenalan Teori Warna*. Yogyakarta : ANDI
- Rendra Widyatama, 2005. *Pengantar Periklanan*. Jakarta : Buanan Pustaka Indonesia
- Rhenald Kasali, 1995. *Manajemen Periklanan*, Jakarta : Grafiti
- Rosady Ruslan, 2001. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Dendi Sudiana, 1986. *Komunikasi Periklanan Cetak*. Bandung : Remadja Karya
- Terence A. Shimp, 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Yoga, 2005. *CorelDRAW untuk Bisnis*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.